

Optika Zdraví

Optika Zdraví sídlí v Ostravě na Nádražní ulici. Klíčovou výrobkovou řadou pro tuto optiku jsou brýle, jejichž prodej tvoří téměř polovinu tržeb optiky. Kromě této řady, prodává optika také kontaktní čočky, další doplňky a poskytuje optometrické služby. Optika zaměstnává na plný úvazek 2 optiky a dva prodejní asistenty, na poloviční úvazek jednoho technika. Optika má provozovnu o velikosti 400 m².

Tržní a konkurenční situace

Prodej brýlí na ostravském trhu dosáhl během roku 2002 30 000 kusů a v roce 2003 by mohl vzrůst na 33 000 kusů. Konkurenci Optiky Zdraví představuje šest firem s velmi dobře vybavenými prodejny. Dvě z těchto konkurenčních firem mají své provozovny v bezprostřední blízkosti Optiky Zdraví. Konkurenční společnosti zdůrazňují rychlé vyřizování objednávek a výhodný poměr cena/kvalita. Konkurenční prodejny mají v průměru 600 m² a pracují v nich až tři optici. Všichni konkurenti mají půlstránkovou reklamu ve Zlatých stránkách a využívají reklamy v regionálních rozhlasových a v regionálních novinách. Většina všech reklamních výdajů je směřována na propagaci prodejny.

Obchodní situace Optiky Zdraví

Optika Zdraví prodala v roce 2002 3 000 kusů brýlí a tím získala na trhu s brýlemi tržní podíl 10 %. V tabulce jsou uvedeny položky hospodaření optiky za rok 2002.

	Služby optiků	Brýle	Kontaktní čočky	Doplňky
Průměrná cena Kč/j.	900	1800	2000	120
Počet zákazníků	4000	3000	1500	6000
<i>V tis. Kč</i>				
Variabilní náklady prodaného zboží	1900	2700	1500	360
Ostatní variabilní náklady	0	120	60	0
<i>Fixní náklady</i>				
Mzdové náklady prodejních sil	0	315	105	20
Mzdové náklady optiků	500	0	0	0
Mzdové náklady techniků	0	200	0	0
Výrobová reklama	20	165	65	0
Nájem	1000	1500	400	100
Reklama prodejny			250	
Správní režie			1500	

Úkoly:

- Zjistěte tržby celkové a pro jednotlivé produktové řady, provozní výdaje a provozní zisk celého obchodu.
- Proveďte kalkulaci celkového krycí příspěvku pro jednotlivé produktové řady a prodejnu jako celku.
- Proveďte kalkulaci procentuálního variabilního krycího příspěvku pro jednotlivé produktové řady.
- Stanovte obchodní (udržovací) a hrubou ziskovou marži celkového obchodu.